

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

УТВЕРЖДАЮ
Директор по образовательной
деятельности

_____ С.Т. Князев
«__» _____

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА МОДУЛЯ

Код модуля	Модуль
1157245	Рекламная деятельность и связи с общественностью

Екатеринбург

Перечень сведений о рабочей программе модуля	Учетные данные
Образовательная программа 1. Маркетинг и логистика в коммерции	Код ОП 1. 38.03.06/33.01
Направление подготовки 1. Торговое дело	Код направления и уровня подготовки 1. 38.03.06

Программа модуля составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподаватель	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Согласовано:

Управление образовательных программ

Р.Х. Токарева

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА МОДУЛЯ Рекламная деятельность и связи с общественностью

1.1. Аннотация содержания модуля

Целями изучения модуля (дисциплины) являются изучение основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний и контроля их эффективности, формирование системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы её развития, связи с общественностью, а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

1.2. Структура и объем модуля

Таблица 1

№ п/п	Перечень дисциплин модуля в последовательности их освоения	Объем дисциплин модуля и всего модуля в зачетных единицах
1	Рекламная деятельность и связи с общественностью	3
ИТОГО по модулю:		3

1.3. Последовательность освоения модуля в образовательной программе

Пререквизиты модуля	1. Маркетинг и менеджмент
Постреквизиты и кореквизиты модуля	Не предусмотрены

1.4. Распределение компетенций по дисциплинам модуля, планируемые результаты обучения (индикаторы) по модулю

Таблица 2

Перечень дисциплин модуля	Код и наименование компетенции	Планируемые результаты обучения (индикаторы)
1	2	3
Рекламная деятельность и связи с общественностью	ПК-1 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических профессиональных задач	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи

	<p>ПК-5 - Способен участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p>	<p>З-1 - Знать основные понятия методы и средства реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p> <p>У-1 - Уметь осуществлять разработку проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p> <p>П-1 - Владеть навыками в осуществлении разработке и реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической)</p>
--	--	--

1.5. Форма обучения

Обучение по дисциплинам модуля может осуществляться в очной, очно-заочной и заочной формах.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Рекламная деятельность и связи с
общественностью

Рабочая программа дисциплины составлена авторами:

№ п/п	Фамилия Имя Отчество	Ученая степень, ученое звание	Должность	Подразделение
1	Голубкова Екатерина Александровна	без ученой степени, без ученого звания	Старший преподавате ль	интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

Рекомендовано учебно-методическим советом института Институт экономики и управления

Протокол № 13 от 11.06.2021 г.

1. СОДЕРЖАНИЕ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ

Авторы:

- Голубкова Екатерина Александровна, Старший преподаватель, интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга

1.1. Технологии реализации, используемые при изучении дисциплины модуля

- Традиционная (репродуктивная) технология
- Разноуровневое (дифференцированное) обучение
 - Базовый уровень

**Базовый I уровень – сохраняет логику самой науки и позволяет получить упрощенное, но верное и полное представление о предмете дисциплины, требует знание системы понятий, умение решать проблемные ситуации. Освоение данного уровня результатов обучения должно обеспечить формирование запланированных компетенций и позволит обучающемуся на минимальном уровне самостоятельности и ответственности выполнять задания;*

Продвинутый II уровень – углубляет и обогащает базовый уровень как по содержанию, так и по глубине проработки материала дисциплины. Это происходит за счет включения дополнительной информации. Данный уровень требует умения решать проблемы в рамках курса и смежных курсов посредством самостоятельной постановки цели и выбора программы действий. Освоение данного уровня результатов обучения позволит обучающемуся повысить уровень самостоятельности и ответственности до творческого применения знаний и умений.

1.2. Содержание дисциплины

Таблица 1.1

Код раздела, темы	Раздел, тема дисциплины*	Содержание
P1	Основы рекламы	<p>Реклама как экономический и социокультурный феномен. Предпосылки появления рекламной деятельности. Основные подходы к определению понятия «реклама». Основные функции рекламы. Роль рекламы в обществе: экономическая, социальная, образовательная, коммуникативная, суггестивная, эстетическая. Структура рекламы.</p> <p>Типы и виды рекламы. Товарная реклама. Политическая реклама. Имиджевая реклама. Социальная реклама. Институциональная реклама. Корпоративная реклама.</p> <p>Основные цели, особенности создания и размещения различных видов рекламы. Наружная реклама. Реклама на транспорте. Печатная реклама. Реклама в СМИ. Реклама в интернет. Кинореклама. Тара и упаковка. Реклама в местах продаж. Выставки и ярмарки.</p> <p>Контролирующие учреждения: конкуренты, органы власти, общественные организации. Обслуживающие учреждения: рекламные агентства, СМИ, исследовательские организации. Структура рекламного агентства. Типы потребителей. Особенности взаимодействия участников рекламной коммуникации.</p>

Р2	Рекламный продукт: разработка коммуникационной стратегии и создания рекламного продукта	Процесс рекламной коммуникации. Составляющие рекламной коммуникации. Цели рекламной коммуникации. Участники рекламной коммуникации: рекламодатель, рекламопроизводитель, рекламодистрибутор, потребитель рекламы. Специфика построения рекламного сообщения. Понятие рекламного сообщения и обращения. Отличительные особенности рекламного текста. Основные этапы и технологии процесса разработки рекламного обращения. Содержание рекламного обращения. Форма рекламного обращения. Структура рекламного текста: слоган, заголовок, основной текст, справочная информация.
Р3	Каналы рекламной коммуникации	Средства распространения рекламы. Понятие медиастратегии и медиапланирования. Знакомство с традиционными и нетрадиционными рекламными носителями. Понятие рекламной кампании.
Р4	Основы PR	Теоретические основы Public relations. Экономические, политические, социальные и идеологические предпосылки возникновения и развития PR как профессии, социального института, области знания и сферы предпринимательства в США, Западной Европе, России. Соотношение понятий: PR и журналистика, реклама, ПР публицити, менеджмент, маркетинг, пропаганда. Основные модели PR в современном мире. Эффективные инструменты, методы и приемы воздействия в PR

1.3. Направление, виды воспитательной деятельности и используемые технологии

Таблица 1.2

Направление воспитательной деятельности	Вид воспитательной деятельности	Технология воспитательной деятельности	Компетенция	Результаты обучения
Профессиональное воспитание	профориентационная деятельность	Технология повышения коммуникативной компетентности Технология формирования уверенности и готовности к	ПК-1 - Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения оперативных и тактических	З-1 - Методы сбора, обработки и анализа данных У-1 - Применять методы сбора, обработки и анализа данных П-1 - Владеть основными

		самостоятельной успешной профессиональной деятельности	профессиональных задач	методами сбора и анализа данных П-2 - Способен решать оперативные и тактические профессиональные задачи
--	--	--	------------------------	--

1.4. Программа дисциплины реализуется на государственном языке Российской Федерации .

2. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность и связи с общественностью

Электронные ресурсы (издания)

1. , Синяева, И. М.; Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник.; Юнити, Москва; 2015; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438> (Электронное издание)
2. Измайлова, М. А.; Психология рекламной деятельности : учебник.; Дашков и К°, Москва; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265> (Электронное издание)
3. , Кривцова, Е. В.; Психология рекламной деятельности : учебное пособие.; Кемеровский государственный университет, Кемерово; 2016; <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481621> (Электронное издание)

Печатные издания

1. Дзикевич, С. А.; Эстетика рекламы. Эстетическая структура рекламной коммуникации : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 350700 "Реклама."; Гардарики, Москва; 2004 (1 экз.)
2. Шарков, Ф. И.; Интегрированные PR-коммуникации (связи с общественностью как компонент интегрированных маркетинговых коммуникаций); РИП-холдинг, Москва; 2004 (31 экз.)

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Международная база цитирований Web of Science - <https://apps.webofknowledge.com/>
2. Международная база цитирований Scopus - <https://www.scopus.com/>
3. Электронный научный архив УрФУ - <http://elar.urfu.ru/>
4. Российская государственная библиотека (Москва) – РГБ <http://www.rsl.ru/>
5. Российская национальная библиотека (Санкт-Петербург) - <http://www.nlr.ru/>
6. Свердловская областная универсальная научная библиотека им. В.Г. Белинского - http://book.uraic.ru/el_library

Материалы для лиц с ОВЗ

Весь контент ЭБС представлен в виде файлов специального формата для воспроизведения синтезатором речи, а также в тестовом виде, пригодном для прочтения с использованием экранной лупы и настройкой контрастности.

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Степанов, М. А. Эстетика рекламной коммуникации : учебное пособие / М. А. Степанов. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 111 с. — ISBN 978-5-7937-1671-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102698.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

2. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под редакцией И. М. Синяева. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/71238.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

3. Рекламная коммуникация. Лингвокультурный аспект : сборник обзоров / Н. Н. Трошина, И. А. Гусейнова, Л. Г. Лузина [и др.] ; под редакцией Н. Н. Трошина. — Москва : Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2011. — 172 с. — ISBN 978-5-248-00592-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/22514.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

4. Измайлова, М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М. А. Измайлова. — 4-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2020. — 444 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573368> (дата обращения: 08.06.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03522-7. — Текст : электронный.

5. Негизбаева, М. О. Рекламные и PR-коммуникации в журналистике Казахстана / М. О. Негизбаева. — Алматы : Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. — 181 с. — ISBN 978-601-247-439-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/61209.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей;

6. Паршукова, Г. Б. Основы теорий коммуникаций. Теории и модели коммуникаций : учебное пособие / Г. Б. Паршукова. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 71 с. — ISBN 978-5-7782-3287-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91298.html> (дата обращения: 08.06.2021). — Режим доступа: для авторизир. пользователей

7/ Дымова, С. С. Введение в рекламу и PR : учебное пособие : [16+] / С. С. Дымова, В. С. Матюшкин, В. Ю. Филин ; Институт бизнеса и дизайна. — Москва : Институт Бизнеса и Дизайна, 2019. — 130 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572919> (дата обращения: 08.06.2021). — Библиогр.: 122-123. — ISBN 978-5-6042873-3-0. — Текст : электронный.

3. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламная деятельность и связи с общественностью

Сведения об оснащённости дисциплины специализированным и лабораторным оборудованием и программным обеспечением

Таблица 3.1

№ п/п	Виды занятий	Оснащённость специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
1	Лекции	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
2	Практические занятия	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
3	Консультации	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
4	Текущий контроль и промежуточная аттестация	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в соответствии с количеством студентов Рабочее место преподавателя Доска аудиторная Подключение к сети Интернет	WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
5	Самостоятельная работа студентов	Мебель аудиторная с количеством рабочих мест в	WinEDUA3 ALNG SubsVL MVL PerUsr B Faculty EES

		соответствии с количеством студентов Персональные компьютеры по количеству обучающихся Подключение к сети Интернет	Adobe Acrobat Professional 2017 Multiple Platforms
--	--	--	---